

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

TikTok merupakan salah satu platform media sosial berbasis video pendek yang populer di kalangan masyarakat global, termasuk Indonesia. Popularitas TikTok di Indonesia berkembang pesat sehingga menjadikan Indonesia salah satu aplikasi dengan jumlah pengguna tertinggi di dunia (Oberlo, 2024). Aplikasi TikTok dimanfaatkan oleh penggunanya sebagai ruang untuk berinteraksi, berkreasi, dan menemukan identitas diri melalui video singkat yang menampilkan hiburan berupa tarian, tren mode, komedi, edukasi, hingga kampanye sosial. Pengguna TikTok di Indonesia terlibat dengan konten-konten yang diproduksi secara lokal menjadi viral dan berpotensi untuk memengaruhi perilaku sosial pada kalangan masyarakat. TikTok menawarkan ruang bagi pengguna untuk berbagi konten secara kreatif dan interaktif, yang membentuk pola baru dalam berinteraksi di era digital. Sebagai platform yang bersifat visual dan berorientasi pada tren, TikTok berperan besar dalam membentuk perilaku sosial masyarakat dengan mendorong pengguna untuk berpartisipasi dalam tren yang sedang populer, serta memberikan panggung bagi pengaruh sosial dalam kehidupan sehari-hari (Teti, 2022).

Perubahan sosial menjadi hal penting dalam konteks ini. Akses terhadap informasi yang dulunya terbatas kini terbuka luas melalui TikTok, mengakibatkan pergeseran nilai, kebiasaan, dan aspirasi pelajar. Remaja kini lebih mudah mengakses informasi tentang tren berpakaian, bahasa gaul, gaya hidup sehat, bahkan nilai-nilai populer yang berkembang di luar konteks lokal mereka. TikTok

menawarkan konten yang mudah diakses dan dicerna, bahkan untuk pengguna dengan latar belakang yang berbeda. Dalam hanya beberapa detik saja, pengguna dapat memperoleh informasi singkat mengenai topik yang sedang tren, seperti gaya berpakaian, sikap terhadap lingkungan, atau bahkan pandangan politik. Akses yang cepat dan mudah ini memungkinkan masyarakat untuk lebih terpapar dengan informasi baru dan norma sosial yang sedang berkembang, yang kemudian berpotensi mengubah sikap, nilai, dan perilaku mereka. Sebagai contoh, tayangan yang menampilkan standar-standar kehidupan dunia nyata, hingga video yang mengajarkan keterampilan tertentu menjadi fenomena yang banyak diadopsi dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini menimbulkan perubahan perilaku dalam hal cara berpakaian, berbicara, hingga berinteraksi dengan orang lain. TikTok juga memungkinkan adanya komunitas virtual di mana pengguna dengan minat yang sama dapat saling berinteraksi dan berbagi pandangan. Akibatnya, pola-pola perilaku tertentu mulai terbentuk dan bahkan menyebar ke masyarakat luas. Dengan kata lain, TikTok berperan sebagai katalis yang mempercepat adopsi nilai-nilai baru di masyarakat.

Fenomena ini menunjukkan bahwa TikTok memiliki kekuatan dalam membentuk perilaku sosial dan identitas sosial yang berdampak pada kehidupan nyata. Bagi generasi muda yang merupakan pengguna utama TikTok, platform ini telah menjadi bagian penting dalam proses pencarian jati diri mereka. Banyak dari mereka membentuk identitas pribadi yang terinspirasi dari figur publik atau *influencer* di TikTok, sehingga memunculkan identitas sosial baru yang mencerminkan tren dan gaya hidup yang mereka lihat di platform tersebut. Proses

ini menjadikan TikTok bukan sekadar aplikasi, tetapi juga sebuah ruang sosial di mana identitas dan perilaku masyarakat terus berkembang dan beradaptasi.

TikTok saat ini telah menjangkau kalangan generasi muda Indonesia, tak terkecuali pelajar dari kalangan kelas sosial bawah. Kehadiran platform tersebut telah membawa perubahan besar dalam pola konsumsi informasi mereka. Sebagai contoh, sebelum adanya media sosial seperti TikTok, remaja kelas bawah hanya mengandalkan buku pelajaran dan materi yang ada di sekolah untuk belajar, sehingga akses mereka dalam memperoleh informasi menjadi terbatas (Putra, 2017). Sedangkan pada zaman sekarang ini, informasi menjadi lebih mudah diakses karena adanya TikTok. Generasi yang dahulu sering memiliki keterbatasan akses terhadap media tradisional seperti majalah *fashion*, televisi kabel, atau platform berbayar, kini mengandalkan TikTok sebagai sumber utama untuk mencari inspirasi gaya hidup dan tren mode. Dengan hanya membutuhkan perangkat sederhana dan koneksi internet, mereka dapat menikmati konten yang relevan, visual, dan interaktif. Hal ini menunjukkan bahwa TikTok cukup berpengaruh dalam memengaruhi gaya hidup remaja di zaman sekarang (Damayanti, 2022).

Kelas bawah dalam penelitian ini merujuk pada masyarakat dengan keterbatasan ekonomi dan akses terhadap sumber daya pendidikan atau teknologi (Heriyanto, 2002). Pelajar dari kalangan ini memiliki keterbatasan dalam memperoleh referensi atau eksposur terhadap budaya global dibandingkan kelas menengah atau atas. TikTok membuka peluang baru untuk mengakses dunia luar, tetapi juga membawa tantangan sosial seperti tekanan untuk mengikuti tren, kecemasan akan citra diri, dan keterlibatan dalam dinamika sosial daring.

Bagi pelajar dari kalangan kelas sosial bawah, TikTok menjadi medium yang sangat terjangkau untuk tetap terhubung dengan tren global tanpa biaya besar. Tren mode atau gaya hidup yang ditampilkan dalam video pendek sering kali dapat diadaptasi secara kreatif dengan memanfaatkan sumber daya yang terbatas. Dengan demikian, TikTok tidak hanya berfungsi sebagai platform hiburan tetapi juga menjadi alat pemberdayaan ekonomi yang memungkinkan kelompok menengah ke bawah tetap relevan di era digital.

Walaupun TikTok memberikan dampak positif dalam mempermudah remaja kelas bawah untuk tetap terhubung dengan tren, platform ini juga berdampak pada perilaku konsumsi pengguna. TikTok dengan algoritma yang mendukung personalisasi mendorong munculnya aspirasi gaya hidup baru yang sebelumnya mungkin sulit diakses oleh kelompok ekonomi kelas menengah ke bawah. Mereka terinspirasi untuk meniru tren mode atau gaya hidup yang sering kali menampilkan estetika global dengan sentuhan lokal. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa eksposur yang terus-menerus terhadap konten media dapat meningkatkan tekanan sosial untuk mengikuti standar tertentu yang dapat memengaruhi kepercayaan diri atau keputusan konsumsi mereka (Livingstone, 2008). Meski demikian, TikTok tetap menjadi salah satu platform yang memberikan ruang bagi generasi muda dari kelas sosial ini untuk mengekspresikan identitas mereka, berinteraksi dengan tren global, dan membangun rasa kebersamaan dalam komunitas digital.

Dalam konteks ini, teori medium dari Joshua Meyrowitz sangat relevan. Teori medium Joshua Meyrowitz membahas bagaimana media memengaruhi perilaku sosial manusia dengan mengaburkan batas-batas antara ruang publik dan

privat. Teori ini mengembangkan konsep dari Marshall McLuhan yang menekankan bahwa "medium adalah pesan" (*the medium is the message*). Artinya, medium itu sendiri memengaruhi cara berpikir, berperilaku, dan berkomunikasi, bukan hanya isi pesan yang disampaikan (McLuhan, 1964). TikTok sebagai medium bukan hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membentuk cara masyarakat mengonsumsi konten dan berinteraksi satu sama lain. McLuhan berpendapat bahwa setiap medium memiliki karakteristik yang memengaruhi pengalaman pengguna secara langsung, dan dalam hal ini, TikTok dengan format video pendek serta algoritmanya yang canggih menciptakan pola interaksi yang lebih cepat, spontan, dan repetitif, sesuai dengan karakteristik masyarakat modern yang menginginkan informasi yang instan dan ringkas.

Format video pendek memungkinkan pesan disampaikan secara efektif dalam waktu singkat, menarik perhatian pengguna dengan lebih cepat dibandingkan media lainnya (Li & Ma, 2023). Ini sesuai dengan kebutuhan masyarakat modern yang semakin terbiasa dengan informasi yang disajikan secara ringkas dan instan. Selain itu, TikTok memperkuat keterlibatan sosial melalui fitur-fitur interaktif seperti duet dan *stitch*, yang mendorong pengguna untuk tidak hanya mengonsumsi tetapi juga memproduksi konten. Fitur-fitur ini menciptakan pola interaksi sosial yang kolaboratif, di mana pengguna terhubung dan berkolaborasi dalam konten, menghasilkan norma sosial baru dalam interaksi digital (Guo, dkk., 2022).

Teori medium juga mengusulkan bahwa media digital dapat memengaruhi perilaku sosial dalam jangka panjang. TikTok, dengan cara kerjanya yang instan dan algoritma yang kuat, mendorong perilaku konsumsi yang impulsif dan pola interaksi yang lebih dinamis. Hal ini terlihat dalam tren konsumsi mode atau produk

yang sering kali menjadi viral dan diikuti oleh banyak pengguna. Tren ini membentuk budaya konsumsi yang berorientasi pada tren, yang berdampak langsung pada perilaku sosial pengguna, terutama kalangan muda. Dalam hal ini, TikTok sebagai medium bukan hanya menjadi alat komunikasi, tetapi juga agen perubahan sosial yang mempercepat adopsi norma dan perilaku baru di masyarakat (Kim, dkk., 2023).

Dengan menggunakan teori medium, penelitian ini menganalisis bagaimana TikTok sebagai media sosial berkontribusi terhadap perubahan perilaku sosial pelajar kelas bawah. TikTok dengan karakteristiknya sebagai platform berbasis video pendek dan interaktif, menciptakan pengalaman komunikasi yang berbeda, yang berdampak langsung pada cara berpikir dan berperilaku pelajar. Hal ini sejalan dengan pandangan Meyrowitz bahwa medium baru tidak hanya mengubah cara masyarakat berkomunikasi, tetapi juga menciptakan pola interaksi dan norma sosial baru. TikTok tidak hanya menyediakan konten, tetapi juga membentuk perilaku sosial melalui penyajian informasi yang cepat dan berulang, mendorong masyarakat untuk beradaptasi dengan norma dan perilaku baru dalam konteks interaksi digital.

Dalam konteks penelitian ini, perubahan perilaku sosial akibat penggunaan TikTok menjadi fokus utama. Selain itu, penelitian ini juga menyoroti bagaimana platform ini menawarkan suatu kemudahan untuk mengakses informasi yang akhirnya memengaruhi perubahan pada perilaku sosial pelajar. Melalui penelitian ini, diharapkan adanya temuan pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana TikTok membentuk perilaku sosial penggunanya. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai peran media sosial dalam mengarahkan perilaku sosial masyarakat di era digital,

khususnya di kalangan generasi muda di kalangan masyarakat bawah yang menjadi mayoritas pengguna TikTok. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat ditemukan bentuk perubahan perilaku sosial di kalangan remaja masyarakat bawah yang menggunakan aplikasi TikTok.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Kabupaten Agam (2024), wilayah Ampek Angkek memiliki jumlah penduduk sekitar 44.600 jiwa yang tersebar di 7 nagari dengan kepadatan mencapai lebih dari 1.400 jiwa/km². Mayoritas penduduk bekerja di sektor pertanian, perdagangan kecil, dan jasa informal lainnya. Pendapatan rata-rata rumah tangga masih tergolong rendah, dengan banyak kepala keluarga yang berprofesi sebagai petani kecil, buruh harian, tukang ojek, atau pedagang warung. Kondisi ini mencerminkan karakter masyarakat kelas bawah dengan akses terbatas terhadap informasi, pendidikan, dan gaya hidup modern. Namun, dengan meningkatnya penetrasi internet dan penggunaan smartphone murah, media sosial seperti TikTok kini menjadi jendela utama bagi remaja di wilayah ini untuk mengakses tren global, mengekspresikan diri, dan membangun identitas sosial. TikTok bukan hanya menjadi hiburan, tetapi juga turut membentuk pola pikir, nilai-nilai, serta gaya hidup baru di kalangan remaja dari masyarakat ekonomi rendah di Ampek Angkek.

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus, dengan fokus pada pelajar SMAN 1 Ampek Angkek sebagai subjek penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana perubahan perilaku sosial pelajar masyarakat bawah dalam penggunaan aplikasi TikTok di SMAN 1 Ampek Angkek. SMAN 1 Ampek Angkek merupakan sekolah menengah atas yang terletak di Biaro, Kecamatan Ampek Angkek, Kabupaten Agam. Sekolah ini berada di daerah dengan kondisi

sosial-ekonomi masyarakat yang didominasi oleh kelas bawah, menjadikannya representatif untuk melihat bagaimana media sosial berdampak pada kelompok yang memiliki keterbatasan akses sebelumnya. Letak geografisnya yang berada di pedesaan juga menjadi penyebab masih banyaknya masyarakat dengan ekonomi kelas bawah yang bersekolah di sana. Oleh karena itu, peneliti memilih studi kasus sebagai jenis penelitian agar peneliti mampu menganalisis dan mendalami secara intensif untuk menghasilkan penelitian yang memberikan gambaran menyeluruh terkait kasus yang ada.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Perilaku Sosial di Kalangan Remaja Masyarakat Kelas Bawah (Studi Kasus Penggunaan Aplikasi TikTok pada Pelajar SMAN 1 Ampek Angkek)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis jabarkan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana perubahan perilaku sosial yang terjadi di kalangan remaja masyarakat bawah yang menggunakan aplikasi TikTok?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah penulis jabarkan, maka tujuan penelitian ini adalah menganalisis perubahan perilaku sosial yang terjadi di kalangan remaja masyarakat bawah yang menggunakan aplikasi TikTok.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini penulis harapkan dapat memberikan wawasan baru kepada pembaca, terutama dalam kajian teori medium terhadap salah satu media sosial. Selain itu, penelitian ini juga penulis harapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian berikutnya mengenai media sosial, terutama terkait kajian teori medium terhadap TikTok.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan wawasan yang berharga kepada masyarakat serta memperkaya pemahaman tentang bagaimana platform media sosial seperti TikTok memainkan peran dalam memengaruhi perubahan perilaku sosial pada remaja.

